



Sveriges Hundungdoms policy för sociala medier

Fastställd av Ungdomsrådet, uppdaterad 250415

Sammanfattning

- Policyn gäller alla konton som Sveriges Hundungdom har och som räknas till sociala medier och liknande digitala plattformar
- Den innefattar fyra grundprinciper
- Publiceringarna skall generellt vara enkla och lätta att ta till sig
- Bilder ska generellt hålla hög kvalitet och tonen uppfattas som ung, inkluderande och relevant
- Personangrepp eller diskriminerande kommentarer tas bort och konton med dåligt beteende blockeras.
- Förbundssekreteraren har i regel det yttersta ansvaret för publiceringar som görs om inget annat bestämts

Inriktning

Sveriges Hundungdom ska använda sig av aktuella kanaler som attraherar vår målgrupp. Som komplement till aktuella digitala kanaler och sociala medier bör det finnas en aktuell och uppdaterad webbplats.

Grundprinciper

1. Ungt och inkluderande
2. Positivt och relevant
3. Trevligt och professionellt
4. Kränkande och diskriminerande kommentarer är ej tillåtna

Ansvar uppföljning

Den person som har övergripande ansvar för kommunikation inom organisationen

har ansvar för publiceringar i sociala medier och andra digitala kanaler, detta gäller dess innehåll, kommentarer, samt ansvar för att följa upp. Finns ingen anställd med sådan tjänstebeskrivning faller ansvaret på Sveriges Hundungdoms förbundssekreterare. I regel har förbundssekreteraren alltid det yttersta ansvaret för publiceringar som görs.

Den/de som har i uppgift att driva och publicera innehåll på kanaler och konton har fått delegerad frihet att skapa kreativa publiceringar inom ramen för policyn och gällande lagar och riktlinjer som berör sociala medier.

Grundprincipernas betydelse

Ungt och inkluderande – Innehållet både visuellt och textmässigt ska attrahera vår målgrupp. Med ett relativt brett spann på ålder i vår målgrupp kan olika inlägg ha lite olika karaktär. De flesta inlägg hamnar i spannet tonåring-ungvuxen, men en del inlägg kan med fördel rikta sig till yngre barn.

Positivt och relevant – vi använder oss av en positiv ton med relevant innehåll. Innehåll som handlar om vår verksamhet och vad som ligger i tiden för organisationen.

Trevligt och professionellt – våra inlägg och annan närvaro, så som kommentarer, utgår alltid från att uppträda trevligt och professionellt. Organisationens ska inte göra ställningstaganden på sociala medier.

Kränkande och diskriminerande kommentarer är ej tillåtna – på våra konton eller vid annan närvaro från organisationen på sociala medier får ej förekomma diskriminerande inlägg eller kommentarer på grund av kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning, ålder eller andra irrelevanta eller olagliga orsaker.

Samtycke

Alla bilder och allt rörligt material som innehåller barn under 13 år, krävs ett samtycke från förälder. Vad gäller bilder tagna under en arrangerad aktivitet skall gruppen tillfrågas om dessa bilder kan publiceras. Om någon inte samtycker skall detta respekteras.

Gällande hundar ska det vara bilder på sunda friska hundar.

Basinformation

I kontons informationsdel skall det finnas logga, länk till webbplats och vid utrymme

kontaktuppgift och kort information eller slogan från organisationen. Det ska tydligt framgå att Sveriges Hundungdom som driver kontot.

Publiceringsfrekvens

Det ska finnas aktuellt innehåll och närvaro på sociala medier. Frekvensen blir påverkad av vilket konto det är och vad som händer i organisationen för stunden. Det kan vara allt från ett till flera inlägg på en vecka. Många inlägg kan gå i flera kanaler, medan annat material publiceras i enbart en kanal.

Frågor och kommentarer

Alla former av personangrepp, kränkande särbehandling eller diskriminering utav kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning, ålder eller andra irrelevanta eller olagliga orsaker.

Kommentarer som inte följer riktlinjerna tas bort och konton med dåligt beteende blockeras.

Den/de som är ansvarig för konton ser till att hantera frågor och kommentarer under sin avsedda arbetstid. Vid uppmärksammade fall av olämpligt beteende och kommentarer bör detta tas bort och blockeras snarast.

Tillgänglighet på sociala medier

Innehållet på kontona ska i den mån det går vara tillgängligt för alla. Det kan skilja sig något mellan olika inlägg, men publiceringarna skall generellt vara enkla och lätta att ta till sig.

Text i bild kan med fördel användas i annonser, bild och filmklipp. Dessa ska i första hand följa den grafiska profilen. I de fall då man jobbar med lite snabbare inlägg och utgår från appens egen mall så ska typsnitt och färg vara så nära den grafiska profilen som möjligt. Alla inlägg med text bör ta hänsyn till läsbarhet, vilket handlar om storlek och färgval. I de fall det krävs en del information ska texten både finnas på en egen bild och som utskriven under inlägget, se exempel i dokumentet Mallar för Instagram.

Grafisk profil

Samtliga sociala medier som drivs av Sveriges Hundungdom centralt (kansli, Ungdomsrådet och kommittéer) ska följa den grafiska profil som är satt för organisationen, se dokumentet Sveriges Hundungdom grafisk profil.

Bildspråk

Dagens konsumenter är kräsna och bilderna påverkar hur vi uppfattas som organisation. Detta ställer högre krav på vilken typ av bilder vi använder. Vi ska

uppfattas som ung, inkluderande och relevant

Bilder av hög kvalité ska väljas framför bild med låg kvalité, detta handlar om bildens upplösning, skärpa och bildspråk.

I vissa fall är innehållet i bilden det viktigaste, till exempel att det kommer från en specifik aktivitet, då ställs det över de tidigare kriterierna.

Om något händer

Skall lämpliga åtgärder tas utifrån händelsens karaktär. Om ett konto blir hackat ska detta informeras om på Sveriges Hundungdoms webbplats, samt vidta de åtgärder som plattformen hänvisar till.

Vid situation där negativ publicering skulle ske från annan part mot Sveriges Hundungdom ansvarar Förbundssekreteraren för att i samråd med lämplig part hantera den negativa publiceringen. Hänvisa alltid dessa typer av eventuella händelser till Förbundssekreteraren.

Vid mobbing, olämpliga kommentarer eller andra påhopp tas kommentarerna bort och konton med dåligt beteende blockeras.

Konton

Vid senast fastställande av denna policy såg upplägget ut på detta sätt:

Instagram - Huvudkanal för central information från UR och kansli, med webbplats som komplement.

TikTok – styrt av SOME Redaktörerna som är en grupp bestående av medlemmar från UP och organisationen i övrigt.

Facebook – det tidigare aktiva kontot finns kvar, med en hänvisning till Instagram och webbplats. Det förekommer viss korspublicering från Instagram.

LinkedIn – Sidan finns men har ingen större aktivitet utan hänvisar till Instagram och webbplats.

Ordförståelse

Central information - Info från UR och kansli

Annan part – en person, organisation, myndighet eller verksamhet